MÉDIAS – (DÉS)INFORMATION – SÉCURITÉ

Qu'est-ce qu'une usine à trolls?

Dans le domaine des communications sur internet, un troll désigne une personne cherchant délibérément à engendrer des polémiques, par exemple en abordant un sujet controversé ou en s'en prenant aux autres participants. Une usine à trolls, quant à elle, est une entité se livrant à des activités de désinformation et de propagande sur internet, le plus souvent sous couvert d'un nom passe-partout, comme « agence de relations publiques » ou « centre de recherche internet ». En général, les opérations des usines à trolls s'inscrivent dans la sphère politique ou économique, et ont pour but de discréditer des adversaires politiques, de nuire à une entreprise concurrente ou d'effectuer toute autre action demandée par un commanditaire. Pour parvenir à leurs fins, les usines à trolls utilisent entre autres les infox et les discours haineux.

NATO OTAN
Defence Education Enhancement Programme (DEEP)
UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE
IDZiKS
deepportal.hq.nato.int

Origines

Le terme « usine à trolls » a commencé à se répandre dans la presse en 2015, lorsque des journalistes ont révélé l'existence d'une telle entreprise, employant 300 personnes, à Saint-Pétersbourg. Opérant sous le nom de *Internet Research Agency*, et dirigée par l'oligarque Ievgueni Prigojine, celle-ci publiait sur internet, principalement sur les réseaux sociaux, des messages faisant l'éloge du président russe Vladimir Poutine et critiquant les pays qui ne soutiennent pas la Russie. Les campagnes lancées par cette usine à trolls ont dans un premier temps été associées à l'annexion de la Crimée, puis à l'élection présidentielle américaine.

Comment fonctionne une usine à trolls?

Les employés des usines à trolls créent de fausses identités pour lesquels ils génèrent des profils sur les réseaux sociaux. Pour rendre ces profils plus crédibles et ainsi renforcer l'impression d'authenticité, ils publient non seulement des messages servant les objectifs de l'usine, mais également du contenu ayant trait à la « vie privée » de la personne fictive. Ils utilisent des photographies provenant de stocks prêts à l'emploi, modifiées de manière à berner les moteurs de recherche. Sachant que les usines à trolls emploient des centaines de personnes et que chaque employé gère plusieurs profils, il ne leur est pas très difficile de former un « maillage » reliant ces profils entre eux et projetant ainsi une apparence de réalité. Plus un profil se maintient longtemps, plus il fera illusion. Les employés travaillent souvent en équipe afin de produire des messages 24 heures sur 24.

Que fabrique une usine à trolls?

Une usine à trolls produit entre autres :

- de faux profils de réseaux sociaux ;
- des sites web entiers destinés à soutenir les opérations de trollage ;
- des messages publiés sur les réseaux sociaux ainsi que sur des sites web, des blogs, etc.

Les employés des usines à trolls ne font pas que créer des messages : ils répondent aussi aux commentaires, participent à des discussions en ligne et lancent parfois des controverses afin d'accroître le réalisme des profils fictifs via lesquels ils diffusent leur contenu.

Trolls professionnels et trolls amateurs

Les usines à trolls travaillent selon un programme, suivant les recommandations d'un commanditaire qui finance la publication de certains types de messages et de commentaires sur internet. Leurs activités sont rémunérées et régies par des instructions venant d'une hiérarchie. Le contenu qu'elles génèrent parvient ensuite à des « volontaires » qui prennent le relais de leurs opérations de propagande et de désinformation de leur plein gré, sans compensation, parce que les messages qu'ils retransmettent sont conformes à leurs opinions politiques, à l'idéologie qu'ils soutiennent, etc.

Trollage sur internet et bots

Dans leurs activités, les trolls sont également appuyés par des bots, c'est-à-dire des programmes qui envoient automatiquement des messages, notamment en réponse à l'apparition de certains mots-clés. Ces bots sont toutefois moins fiables, car le subterfuge est en général facilement détectable (erreurs de langage, même message envoyé plusieurs fois, etc.), tandis que les usines à trolls ont tendance à diffuser du contenu plus réaliste, ce qui fait qu'elles sont dès lors plus efficaces dans leurs activités de désinformation.

La lutte contre les trolls sur internet

Les grandes entreprises que sont Facebook, Google et Twitter, entre autres, ont rejoint le combat contre les activités des usines à trolls, notamment en s'attelant à la suppression des comptes factices. Twitter et Facebook ont ainsi fait obstacle à une campagne soutenue par les autorités chinoises qui visait à mener des opérations de propagande concernant les manifestations de 2019 à Hong Kong. Le trollage sur internet a pris des proportions titanesques, comme le démontre par exemple le fait que Twitter ait supprimé, rien qu'en 2018, 2 000 000 de comptes fictifs.

Bibliographie

Aro, J. (2016), *The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools*, European View, (15), 121–132.

Bernal, P. (2018), *The Internet, Warts and All: Free Speech, Privacy and Truth*, Cambridge University Press, Cambridge.

Lehto, M., Neittaanmäki, P. (Eds.) (2018), *Cyber Security: Power and Technology*, Springer, Cham.

Duskaeva, L.R., Konyaeva, L.R. (2016), *Trolling in Russian Media*, Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict, (4), 58–67.

Karpan, A. (2018), *Troll Factories: Russia's Web Brigades*, Greenhaven Publishing, New York.